

UOT: 338.242

MARKETİNG POTENSİALINDAN İSTİFADƏNİN SƏMƏRƏLİ YOLLARI

L. Z. HÜSEYNOVA

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

Marketing istehsalçı və istehlakçı ya yönəldilmiş bir prosesdir. İstehsalçının əsas vəzifəsi ondan səmərəli usulla necə istifadə etməyin yollarını araşdırıb öyrənməkdir. Bu baxımdan sahibkar öz işinin icrasını doğru həyata keçirmək üçün fəaliyyət və nəzarət strategiyasını düzün qurmalıdır. Bunun üçün isə sahibkar ixtisaslı marketing işçisinə ehtiyac duyur. O, istehsal, satış və hətta xidmət üzrə təşkilatçı sayıla bilər.

Açar sözlər: təklif, istehsal, istehlakçı, investisiya, reklam, xarici mühit, tələb.

Müasir bazar iqtisadiyyatı hər bir sahibkarın qarşısına müxtəlif tələblər qoyur. Bu tələblər dünya bazarında rəqabət aparmaq qabiliyyətli məhsulların istehsal edilməsi, onlara istehlakçının bütəcəsinə uyğun qiymətlərin qoyulması, onların bölüşdürülməsi sisteminin yaradılması, istehlakçıların tələbatlarının müəyyənəşdirilməsi və daha doğrun bir şəkildə ödənilməsi və s. ola bilər. Daim inkişaf edən bazar münasibətləri hər bir sahibkarın qarşısına rəqabət mübarizəsindən qalib çıxmaq üçün marketing potensialından səmərəli istifadə vəzifəsini qoyur. Səmərəli təşkil olunmuş marketing fəaliyyəti isə istehsalçı ilə istehlakçı arasında sıx əlaqənin yaranmasını təmin edir.

Marketing iki tərəfli bir fəaliyyət kimi tanınır. Yəni həm müəssisəyə, həm də istehlakçıya xidmət edir. Marketing fəaliyyəti istehlakçı tələbatını tədqiq edərək onun tələbatını ödəyəcək məhsul hazırlayır. Bunu həyata keçirərkən həm də müəssisəyə xidmət etmiş olur. Yəni müəssisəni hədəf yerə resurs sərfindən çəkindirmiş olur. Belə ki, marketingin tətbiqinin son məqsədi müəssisənin (firmanın, şirkət və s.) maksimum gəlirlərini təmin etməkdir. Marketingin fəaliyyətinin məssisənin idarəedilməsinə tətbiqi tələbatın və qiymətin fasiləsiz öyrənilməsi və satışın təşkili, reklamdan geniş istifadə edilməsini, malların saxlanılmasını və daşınması proseslərinə müasir və özünü doğrultmuş üsulların tətbiqini, istehlakçılara texniki və digər xidmət növlərinin göstərilməsini və s. həyata keçirməyi nəzərdə tutur. Marketing müəssisə fəaliyyətinin idarə olunmasını, onun bazara istiqamətləndirilməsini təmin edən mürəkkəb bir prosesdir. O, idarəetmə sisteminin aparıcı və həlledici funksiyasıdır. Marketing uyğun məhsulun, uyğun yerdə, uyğun qiymətə alıcıya çatdırılması üçün aparılan insan fəaliyyətidir və biznesdə uğurun əsas şərtlərindən biridir. Elə marketing fəlsəfəsinin əsasında bu təşkil edir "Elə məsul istehsal etki onu bazarda sata biləsən".

Son illər Azərbaycan Respublikası dünyanın iqtisadi cəhətdən ən dinamik və inkişaf edən dövlətlərindən birinə çevrilmişdir. Artıq Azərbaycanın iqtisadiyyatı rəqabət qabiliyyətinə görə inkişaf etmiş iqtisadiyyat

hesab olunur. Elə Dünya İqtisadi Formunun 3 sentiyabr 2014-cü il tarixində Qlobal Rəqabətlik Hesabatı 2013-2014 nəşrində Azərbaycan rəqabətlik reytinginə görə 148 dövlət arasında 39-cı yeri tutmuşdur. Qeyd etmək lazımdır ki, bu il də ölkəmiz MDB ölkələri arasında ən yüksək yerə malik olmuşdur.

Artıq dünyanın nüfuzlu maliyyə qurumları da Azərbaycan İqtisadiyyatında müşahidə olunan inkişaf meyillərini bəyənir, təqdir edirlər. Bu barədə dünyanın tanınmış mətbuat orqanların da vaxt aşırı məqalələr dərc olunur. Böyük Britaniyanın dünya şöhrətli nəşri olan The Times qəzetində 21 oktyabr 2010-cu il tarixli sayında Azərbaycan üzrə hesabatın dərc olunması bu baxımdan diqqəti cəlb edir. Qəzetin hesabatında eləcədə Azərbaycan Respublikasının əsas şirkətlərindən biri olan AF Holdingin adı çəkilir.

Belə hesab edirəm ki, AF Holdingin bu uğurunun arxasında güclü bir marketing strategiyası dayanır. Statistik göstəricilərə nəzər salanda Azərbaycanın əsas şirkətlərinin və onların brendlərinin siyahısı bu cür qruplaşdırılır:

1. F Holding Azərsun Holding
2. Akkord Sənaye Tikinti İnvestisiya Korporasiyası ASC
3. Gilan Holding
4. İSR Holding
5. Paşa Holding
6. Socar Holding və s. Xarici və yerli şirkətlərin adını qeyd etmək olar

Azərbaycan Respublikasının da bu cür şirkətlərin sayı günbəgün artır. Bu bizim inkişaf edən iqtisadiyyatın bəhrəsidir. Eyni zamanda onun göstəricisidir ki, ölkədə marketing potensialından səmərəli şəkildə istifadə olunmaqdadır. Bu fəaliyyəti daha da inkişaf etdirmək, beynəlxalq səviyyədə tətbiq etmək üçün respublikamızın peşəkar, ixtisaslı marketoloqlara ehtiyacı vardır.

Respublikamızda marketingin inkişafda olduğunu sübut edən amillərdən birində Azərbaycan Marketing Cəmiyyətinin mövcudluğudur. AMC Azərbaycanda marketing elminin yayılması, ümumi anlayışlarının,

metodlarının və marketinglə bağlı dünya təcrübəsini təbliğ edir. AMC Azərbaycanda 7 iyul 2000-ci ildə yaradılmışdır. Cəmiyyətin xidmətlərinə aşağıdakılar - biznes məsləhəti, marketing tədqiqatları, biznes planlarının hazırlanması, investisiya layihələrinin hazırlanması, bazar tədqiqatlarının keçirilməsi, sosial sorğuların keçirilməsi, media araşdırmalarının keçirilməsi, reklam strategiyalarının hazırlanması və s. daxildir. (2)

Azərbaycanda marketing sahəsi yüksəliş dövrünü yaşayır, inkişaf sürəti ildən ilə artır. Əgər yaxın keçmişdə Azərbaycanda sahibkarlıq marketing haqqında təsəvvürə malik deyildisə, bu gün artıq hamıya məlumdur ki, marketing təkcə reklam və ya satışın təşviqi demək deyil. Əlbəttə ki, Azərbaycanın marketing bazarı Türkiyə, ABŞ-və Avropa ölkələrinin analoqları ilə müqayisə oluna bilməz. Lakin bu istiqamətdə hiss edilən inkişaf müşahidə edilir. Təmmiqyaslı inkişafa başlıca mane isə ölkədə yüksək ixtisaslı marketoloqların kifayət qədər olmamasıdır. Düzdür günümüzdə marketingin inkişafına çox önəm verilir. Məsələn tədris mərkəzlərində marketingin bir fənn kimi tədris edilməsi inkişafa doğru atılan ən böyük addımlardan biridir. Marketing potensialından səmərəli istifadə etmək üçün ilk növbədə müəssisə ixtisaslı öz işini sözün həqiqi mənasında mükəmməl bilən marketoloqara malik olmalıdır. Marketoloq marketingi idarə edən beyindir. Yəni marketoloq nə qədər savadlı və yaradıcı olarsa, müəssisə istədiyi məhsulu rahat bir şəkildə bazara təqdim edər, bazarda böyük paya sahib olar və rəqabət üstünlüyünə malik ola bilər.

Marketing müəssisənin fəaliyyəti üçün müstəsna əhəmiyyət kəsb etməsinə baxmayaraq əgər o kor-təbii plansız şəkildə həyata keçirilirsə bu fəaliyyət heç bir səmərə verə bilməz. Buna görə də müəssisələrdə düzgün marketing strategiyasının hazırlanması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Marketing potensialından səmərəli istifadə etmək üçün ən mühüm addımlardan biri düzgün, dəqiq marketing strategiyasının qurulmasıdır.

Bəzi müəlliflərin fikrincə marketing strategiyası dedikdə qarşıya qoyulmuş məqsədə çatmaq üçün ayrı-ayrı marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsi və onların reallaşdırılmasına nəzarət edilməsi sistemi başa düşülür. Marketing strategiyasının iqtisadi mahiyyəti müəssisədə istehsal prosesinin təkmilləşdirilməsi, məhsulun rəqabətliliyinin artırılması, yəni məhsulların hazırlanması, onları maksimum mənfəət qazanacaq bazarlara çıxarılmasındadır. Bəzən marketing strategiyası ilə marketing planlaşdırması eyniləşdirilir. Lakin tamami ilə ayrı-ayrı anlayışlardır. Sadə dildə desək

marketing planlaşdırılması nə ediləcək, marketing strategiyası isə necə ediləcək sualına cavab verir. (3)

Belə hesab edilir ki, marketing strategiyası hazırlanan zaman əsas diqqət yalnız məqsədli bazarların seçilməsi və marketing kompleksinin hazırlanmasına deyil, həmçinin müəssisənin gələcəkdə bu strategiyayı necə həyata keçirilməsinə yönəldilməlidir. Bu o deməkdir ki, bəzən mükəmməl hesab olunan müəssisə strategiyası uğursuz həyata keçirilir. Heç bir nəticə əldə edilə bilmir. Marketing strategiyası hazırlanan zaman istehlakçıların ödəmə qabiliyyətindən tutmuş müəssisənin istehsal imkanları uzunmüddətli dövr üçün nəzərə almaq lazımdır. Bununla əlaqədar olaraq müəssisənin hazırda fəaliyyət konsepsiyasının hazırlanması və fasiləsiz təkmilləşdirilməsi, xarici mühitdəki dəyişiklərə vaxtında və düzgün reaksiya verə bilməsi çox vacibdir.

Marketing tədqiqatlarının aparılması isə marketing planları, marketing strategiyasının hazırlanmasının əsas şərtidir. Marketing tədqiqatları marketing fəaliyyətində meydana çıxan problemlərin həllinə dair qərar qəbulu üçün tələb olunan məlumatların yığılması, işlənməsi, tövsiyələrin hazırlanması prosesidir. Marketing fəaliyyətinin baş tutması üçün marketing tədqiqatlarını ilkin proses kimi qəbul etmək olar. Çünki, bu tədqiqatlar vasitəsi ilə müəssisənin məqsəd bazarını, onun strukturunu müəyyənləşdirmək üçün, rəqib müəssisələrin fəaliyyəti, istehsal etdiyi məhsul haqqında ilkin informasiyalar toplanılır. Müəssisənin marketing fəaliyyəti üzrə əldə edə biləcəyi yüksək göstəriciləri bu informasiyaların gerçəkliyindən, reallığından asılıdır.

Dünya ölkələri məhsul istehsal etməzdən əvvəl məqsəd bazarını aşkar edir, istehlakçı zövqünü, istehlakçı davranışını peşəkarcasına araşdırır düzgün marketing strategiyası qurduqdan sonra məhsul istehsalına başlayır. Bu cür strategiya səmərəsiz resurs sərfinin, əlavə xərclərin, hədəf yerə sərf edilən əməyin qarşısını alır. Artıq müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində rəqabət bazarında özünə yer tutmaq istəyən hər bir sahibkar istehlakçının zövqünü oxşayan, onun tələbatına cavab verə biləcək məhsul istehsal etməli, məhsula istehlakçı gözü ilə baxıb qiymət qoymalı, müştərinin məhsulu almaq rahatlığı təmin edə biləcək yollar axtarır tapmalıdır. Əgər ölkəmizdə fəaliyyət göstərən sahibkarlar bu cür istehlakçı yönümlü marketing strategiyası qurmağın öhtəsindən gəlməyi bacara bilsələr biznesdə yüksək gəlir əldə etmək şansları ola bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. "Marketingin əsasları" A.T. Məmmədov Bakı-2007. 2. Veritas management system. 3. Marketing mix Wikipedia. 4. www.marketing.az

Л. З. Гусейнова

Маркетинг является процессом, который ориентирован на производителя и потребителя. Основной задачей продюсера является выявить эффективные способы его использования. Поэтому предприниматель должен построить правильную стратегию функционирования и контроля за исполнением его правильного выполнения. Для этого предприниматель нуждается в помощи профессионального маркетолога. Он является организатором производства, продажи и даже обслуживания.

Ключевые слова: предложение, производство, потребитель, инвестиций, реклам, окружающая среда, спрос.

Effective Ways of the Use of Marketing Potential

L. Z. Hüseynova

Marketing is the process of producer and consumer-oriented. Producer's main task is to find out the efficient ways of its usage. Therefore, the entrepreneur should build the proper functioning strategy and supervise the execution of its correct fulfillment. Entrepreneur needs professional marketolog's assistance for that. He is the organiser of the production, selling and even service.

Key words: offer, production, consumer, investment, advertising, environment, demand.

